

Mecanismos de decodificación semiótica utilizados para interpretar los signos en un proceso de comunicación no lingüística

Semiotic decoding mechanisms used to interpret the signs in a process of non-linguistic communication

Cecilio Enrique Venegas Piminchumo*; César Benjamín Acevedo Chávez

Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Trujillo, Av. Juan Pablo II s/n – Ciudad Universitaria, Trujillo, Perú.

* Autor correspondiente: cvenegasp@hotmail.com (C. Venegas)

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad abordar, explicar y fundamentar teóricamente los mecanismos de decodificación semiótica utilizados para interpretar los signos y entender los mensajes, en un proceso de comunicación no lingüística, a partir de su presencia y uso en el medio social; específicamente se trabajó con los signos no lingüísticos, considerados desde una tipología convencional, sustentada en la semiótica de la comunicación. Se aplicó el método analítico, sintético y comparativo para realizar el estudio de la información seleccionada, con respecto a la ciencia del signo y teoría de la comunicación, lo cual sirvió de argumento principal para comprobar teóricamente la hipótesis planteada. Se utilizaron las técnicas de la revisión bibliográfica y lectura sistemática; asimismo de la observación “in situ” y de la observación virtual de representaciones sígnicas encontradas y seleccionadas. También se utilizó el fichaje de la bibliografía seleccionada y los resúmenes. Finalmente, se concluyó que los mensajes emitidos por medio de signos, en un proceso de comunicación no lingüística, se interpretan haciendo uso de mecanismos de decodificación semiótica relacionados con el significado, con el objeto al que representa y con el contexto/situación determinado.

Palabras clave: signo; comunicación no lingüística; mecanismos interpretacionales semióticos.

ABSTRACT

The purpose of this research was to approach, explain and theoretically support the mechanisms of semiotic decoding used to interpret the signs and thus understand the messages, in a non-linguistic communication process, based on their presence and use in the social environment; specifically we worked with non-linguistic signs, considered from a conventional typology, based on the semiotics of communication. The analytical, synthetic and comparative method was applied to carry out the study of the selected information, with respect to the science of the sign and communication theory, which served as the main argument to theoretically verify the proposed hypothesis. The techniques of bibliographic review and systematic reading were used; also of the observation "in situ" and of the virtual observation of sign representations found and selected. The signing of the selected bibliography and abstracts was also used. Finally, it was concluded that messages issued by means of signs, in a non-linguistic communication process, are interpreted using semiotic decoding mechanisms related to meaning, with the object they represent and with the context / situation determined.

Keywords: sign; non-linguistic communication; semiotic interpretative mechanisms.

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación es un proceso que implica establecer una interacción con alguien; compartir y hacer vida en común. Oviedo (2002) afirma que *“La comunicación es tan natural al hombre como caminar o comer. Es una acción no sólo común sino imprescindible. Se entiende por comunicación al proceso mediante el cual una persona transmite a otras sus ideas, sentimientos o actitudes tratando de influir en ella. Por esta acción tratamos de compartir algo con los demás y de construir una comunidad”*. Es un proceso dinámico que fundamenta la existencia, progreso, cambios y comportamiento de los seres humanos, de manera individual o en conjunto; se entiende que es una función indispensable de las personas y de las organizaciones para su relación consigo

mismo y con los demás. Al respecto Schramm (1972) dice que *“aunque las personas tengan marcos de referencia distintos –porque piensen, vivan y hablen en forma diferente- en el momento de establecer comunicación tienen un propósito de entendimiento, es decir, pretenden lograr algo en común por medio del mensaje que comparten”*. Queda establecida la comunicación como un proceso de entendimiento común de mensajes, compartidos entre quienes pretenden lograr un solo propósito.

Los seres humanos nos comunicamos de diferentes maneras, especialmente cuando se trata de intercambiar mensajes abstractos, de estimular emociones, de interpretar formas u objetos concretos, etc., es decir, cuando en estos procesos se tiene que hacer uso de los signos en sus diferentes formas. En relación con esto, Fonseca (2005) dice que *“los diversos modos en que los seres humanos intercambiamos ideas, desde la señal, el gesto o la imagen hasta la palabra escrita –todos los símbolos y medios por los cuales transmitimos significados y valores a otros seres humanos-, constituyen signos que permiten establecer formas de comunicación”*. En ese sentido reconocemos que cuando nos comunicamos producimos y recibimos una cantidad de mensajes que no necesariamente se encuentran estructurados con signos lingüísticos, sino que también son expresados a través de otros signos denominados no lingüísticos, por sus características diferentes a los orales o escritos y permiten establecer actos comunicativos entre los seres humanos de manera intencional. En algunos casos, estas formas se encuentran como complemento de la comunicación lingüística y en otros, de manera circunstancial, también lo reemplaza; es decir, las personas nos comunicamos haciendo uso no sólo de signos lingüísticos, sino también, con mayor frecuencia, utilizando signos no lingüísticos como las imágenes, señales naturales o artificiales, gestos, símbolos, sonidos, luces, etc., o también formas diversas como la moda, la arquitectura, escultura o pintura, etc. de manera sistemática y hasta convencional, en otros, para establecer actos comunicativos no lingüísticos. Incluso se habla de una comunicación a través de signos naturales, aquellos que no tienen un emisor humano pero que emiten mensajes y su reconocimiento dependerá estrechamente del conocimiento que posea el receptor con respecto a lo que está comunicando el signo, como por ejemplo las nubes oscuras, el mar cuando presenta oleajes fuera de lo común o el amanecer de una mañana brumosa, etc. La comunicación no lingüística le permite al hombre desarrollar también su capacidad de pensamiento y de conocimiento; representa con signos una realidad que desea manifestar y logra la interacción con sus semejantes como fin social.

El signo es un elemento indispensable en el proceso comunicativo del ser humano. Su estudio se realiza bajo diversos enfoques y cada uno desarrolla argumentos válidos dentro de sus propias investigaciones, pero lo fundamental es que, en todas ellas, su utilización se orienta a establecer procesos comunicativos.

La presente investigación abordó al signo como entidad no lingüística que es utilizado por el hombre, en su desarrollo social, para configurar mensajes; estableciendo de esta manera procesos comunicativos no lingüísticos.

El signo es objeto de estudio de la semiótica o semiología y como ciencias la abordan con sus propios criterios. Aun así, encontramos que el signo es portador de información o de un valor significativo, que conlleva al hombre a comunicarse dentro de su grupo social. Vétrov (1973) anota que *“el signo es un objeto (en el sentido amplio de la palabra en que no sólo son objetos las cosas, sino, además, las propiedades de las cosas, la relación de una cosa con otra, un acontecimiento, un hecho, etc.) accesible a la percepción del organismo para el cual el objeto actúa en calidad de signo”*. Este autor define al signo como objeto en toda su amplitud, donde abarca las características y propiedades que se relacionen con éste; es decir, el signo representa algo del objeto al cual alude con accesibilidad para ser percibido sensorialmente por un sujeto y entienda el significado o valor significativo del mensaje que expresa.

Peirce (1974), en su libro *La ciencia de la semiótica*, explica que *“el signo es triádico, es decir, requiere de la cooperación de tres instancias: el signo mismo, el objeto y el intérprete, que es quien provoca la relación entre el signo y el objeto. La relación entre estos elementos se obtiene por el juego de dos determinaciones sucesivas del signo por el objeto y del intérprete por el signo, de modo que el intérprete se determine por el objeto a través del signo”*. Según este autor los tres elementos formales presentes en la triada se establecen a modo de soportes y relacionados entre sí. Tanto el signo como el intérprete son entidades mentales; no se trata de realidades tangibles sino de operaciones simbólicas que realizamos con la finalidad de comprender el mundo que nos rodea. El objeto es la “porción” de la realidad a la que se puede acceder a través del signo.

El signo no lingüístico lo conforma un sistema o código que no es de categoría lingüística; se caracteriza por no tener doble articulación, tampoco estructura sintagmática. Además, es percibido e interpretado de manera global y no de forma lineal en espacio y tiempo, como sí ocurre con el signo lingüístico. Representa a la realidad sin pasar por un sistema oral o escrito (lengua). Se configura convencionalmente de acuerdo a formas o representaciones que se perciben a través de los sentidos. Mc Ente (1999) señala que *“los signos no lingüísticos son todas aquellas señas o señales relacionadas con la situación de comunicación que no son palabras escritas u*

orales”. La autora considera a estos signos como elementos necesarios para establecer la comunicación no lingüística. Por su parte Shaff (1966) señala que *“los signos no lingüísticos o signos propiamente dichos son aquellos que se oponen a los verbales, actúan de forma mediata sobre los órganos de los sentidos y se dividen en señales, símbolos e íconos”*, como por ejemplo las señales de tránsito, las luces que emiten los semáforos, los movimientos que realizan los policías de tránsito o las señales que se utilizan con las banderas en el ambiente marítimo. También están los símbolos antropológicos o sociales, matemáticos o lógicos, los dibujos al óleo, los retratos de personajes de la historia, las fotografías familiares, etc. Un signo no lingüístico es considerado como un sistema que no es oral ni escrito, mucho menos posee doble articulación ni estructura sintagmática.

Las señales son signos que se establecen como marca o medio que informa, avisa o advierte de algo. Permiten dar a conocer una información, realizar una advertencia o influir en las personas. El mismo Shaff (1966) explica que *“las señales tienen como propósito evocar, cambiar, o hacer que alguien desista de una acción. Influyen de una u otra manera sobre la voluntad de los individuos mientras que los otros signos sólo actúan de forma mediata”*. Son manifestaciones definidas de la actividad humana, utilizadas para modificar o detener una acción. Fages et al. (1978) anotan en su Diccionario de los Medios de Comunicación que *“la señal es el acto o hecho que se produce intencionalmente para seguir de inicio inmediato, su relación con la realidad es artificial y convencional”*. La señal o el conjunto de ellas son intencionales y tienen un significado, puesto que representan algo en una circunstancia, situación, ambiente o espacio real. Están dispuestas y convenidas de antemano social o individualmente, lo cual permite establecer comunicación. Su significado es arbitrario y convencional; es decir, se crean de acuerdo a ciertas pautas sociales para que puedan ser reconocidas por la mayoría del grupo social. Su visibilidad es importante porque su condición es llamar la atención del que lo observa. Las señales se han establecido en virtud de un convenio válido dentro de un grupo dado de personas. Su finalidad siempre es comunicar una modificación o detención de cierta acción a realizar. Su aparición es ocasional, en conexión con la actividad prevista.

Los símbolos representan una idea que puede percibirse a partir de los sentidos. No posee semejanzas ni vínculo de contigüidad con su significado, sino que entabla una relación convencional. Dice Shaff (1966), que estos signos *“son representaciones de nociones abstractas que han de tener un previo convenio para ser entendidos”*. Como ejemplos tenemos la Cruz que representa al cristianismo; la hoz y el martillo con estrella roja de cinco puntas que es el símbolo del comunismo, etc.

Por su parte Fages et al. (1978) anotan que *“un símbolo es algo que se utiliza deliberadamente para representar una cosa; ¿Qué? Lo que el grupo social afirma que representa. No existe necesariamente relación entre el símbolo y el objeto representado (...) pero como la sociedad está de acuerdo en que un determinado símbolo representa un objeto particular, sus miembros tienden a ver el símbolo y al objeto como inseparables”*. Un símbolo se entiende como la fuerza del significado que representa una imagen, un concepto, una ideología, un objeto o un acontecimiento que puede ser intencional y afectar e influir a un sujeto y adquirir valor por su contexto histórico- social.

Los íconos son signos que a través de una relación de semejanza pueden representar ciertos objetos. Shaff (1966) nos dice que *“son signos propiamente dichos y que se oponen a los símbolos. Funcionan de acuerdo al principio de semejanza y en él pueden incluirse toda clase de imágenes, efigies, dibujos pinturas, fotografías o esculturas. Reproduce algunas condiciones del objeto, seleccionadas por un código visual y anotado a través de convenciones gráficas”*. etc.”. Un icono es una imagen o representación que sustituye a un objeto o a una idea, bajo el principio de semejanza o por analogía.

La comunicación se establece como un proceso de intercambio de mensajes. En la práctica social existe desde un simple saludo con un gesto, una sonrisa o una mirada; incluso hasta cuando se tiene la necesidad de intercambiar ideas abstractas, de estimular emociones, de interpretar formas u objetos concretos, etc. En todos estos casos se hace uso de los signos en sus diferentes formas, ya sean sistemáticos o asistemáticos, dentro del grupo social; algunos naturales y otros aceptados convencionalmente con la finalidad de formalizar, representar, codificar y dar a conocer mensajes y establecer procesos comunicativos entre las personas que los utilizan. Martinet (1976) nos dice que *“hay signos que se descubren y signos que se hacen. Unos y otros son susceptibles de influenciar los comportamientos humanos. Además, el signo no sólo representa o hace perceptible un objeto o cosa, sino que además significa y comunica algo”*. Son distintas las formas que adopta el signo, de acuerdo al objeto o cosa que representa, algunos ya existen en el medio y otros se crean de acuerdo a la necesidad, pero resalta claramente el hecho de poseer un significado y cumplir una finalidad comunicativa o de influir en el comportamiento de los seres humanos. Los signos y sus formas variadas como se presentan generan también variadas formas de comunicación. Al respecto Schaff (1966) dice: *“cuando hablo, escribo, gesticulo, produzco signos caracterizados por cierta semejanza con los objetos que denotan o que simbolizan ciertas acciones o*

abstracciones, cuando hago señales establecidas por convención, etc., en todos esos casos el signo específico está conectado para mí con un contenido mental definido, y lo uso para evocar en otra persona el mismo contenido. En otras palabras, decimos que en el proceso de la comunicación el signo tiene el mismo significado para las personas que se comunican, y que el proceso de la comunicación consiste en la transmisión de significados por medio del signo”.

Comunicarse implica utilizar signos; independientemente del tipo que éstos sean, lo importante es que tenga el mismo significado y se transmita de la misma manera para que los seres humanos entren en contacto y se entiendan entre sí y con la realidad. Schaff (1966) explica que *“la principal función del signo es comunicar algo a alguien, informar a alguien acerca de algo. Esta función es común, indudablemente, a todas las categorías de signos”*. Todos los signos permiten configurar mensajes, poseen significados, expresan pensamientos, necesidades, etc. y son signos en la medida que cumplen y desempeñan funciones comunicativas.

Comunicación no lingüística se define como un proceso en el que se intercambia mensajes o información a través de signos diferentes al lingüístico (oral o escrito); es decir, se establece por medio de imágenes, señales, símbolos, movimientos, sonidos, colores, etc. o mediante la combinación de éstos y otros códigos no verbales.

Por su parte, Mc Entee (1999) define a la comunicación no lingüística, como comunicación no verbal, de la siguiente manera: *“La comunicación no verbal se refiere al proceso de interacción en el que intervienen todas aquellas señas o señales relacionadas con la situación de comunicación que no son palabras escritas u orales”*. El mensaje se interpreta o entiende a partir del significado del signo o signos no lingüísticos que se utilizan en un proceso comunicativo.

La investigación abordó al signo como entidad no lingüística y se tomó para ello la propuesta de Schaff, quien lo clasifica en señales, símbolos e íconos, teniendo en cuenta que como objeto que representan a una realidad, codifican mensajes y establecen procesos comunicativos no lingüísticos y, en virtud de quienes los utilizan, los entienden de una y de la misma manera por el sentido o significado que contienen o porque se les asigna convencionalmente.

La interrogante planteada para resolver fue la siguiente: ¿Cuáles son los mecanismos de decodificación semiótica utilizados para interpretar los signos y entender los mensajes en un proceso de comunicación no lingüística?

El objetivo general de la investigación fue abordar, explicar y fundamentar teóricamente los mecanismos de decodificación semiótica utilizados por el receptor para interpretar los signos y así entender los mensajes, en un proceso de comunicación no lingüística, a partir de su presencia en el medio social y del uso que los seres humanos les damos para comunicarnos.

La investigación presenta una alternativa de análisis, explicación y sustentación de cómo nos comunicamos y entendemos los mensajes cuando utilizamos signos no lingüísticos; una tipología del signo, que en el desarrollo social del ser humano se utiliza con mucha frecuencia, estableciendo procesos comunicativos no lingüísticos, pero que es poco estudiado y por lo tanto no se tiene mucha información al respecto. Se determinó y explicó teóricamente los mecanismos de decodificación semiótica que se utilizan para interpretar los signos no lingüísticos y así entender los mensajes, presentes en los procesos comunicativos sociales. El trabajo se realizó a partir del análisis teórico de los casos y de haber observado el uso de los signos en situaciones reales. El sustento lo encontramos en la Teoría del signo con un enfoque semiótico y en la semiótica de la comunicación, desarrollada y fundamentada por investigadores como Charles Peirce, Janet de Martinet, Reznikov, Adam Schaff, Irma Galdós, Carlos López Degregori, entre otros.

2. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Material de estudio

De acuerdo con la naturaleza de la investigación se consideró como material de estudio los textos especializados que existen en la biblioteca de la UNT, así como de la biblioteca personal, consultados entre los años 2015 y 2016 y que desarrollan un marco científico con respecto a las ciencias del signo, la tipología sémica, la comunicación humana no lingüística y el signo no lingüístico. Asimismo, se contó con imágenes y representaciones sémicas que se utilizan para establecer procesos comunicativos en nuestro medio social.

2.2 Métodos y técnicas

En la investigación se utilizó el método analítico – sintético y comparativo; esto permitió analizar con el mayor cuidado y rigurosidad la información seleccionada de los autores consultados; luego se sintetizó esta información enfatizando en lo necesario y útil para demostrar teóricamente y de manera ordenada la hipótesis planteada.

El procedimiento seguido fue:

- a) Se recolectó fuentes y bibliografía especializada de autores e investigadores especialista para consultar información.
- b) Se elaboró fichas de investigación con información de los autores consultados.
- c) Se analizó y seleccionó la información necesaria para el propósito establecido.
- d) Se conformó un cuerpo teórico que sirvió para lograr el objetivo general y demostrar la hipótesis planteada.
- e) Se elaboró el informe de la investigación realizada.

Las técnicas utilizadas en el proceso de la investigación fueron:

- a) **La revisión bibliográfica y visual**, para identificar las fuentes de información especializada se orientó la búsqueda hacia los libros y artículos relevantes que abordaran el objeto de estudio; asimismo se procedió a observar, revisar y recolectar anuncios con imágenes o representaciones sígnicas no lingüísticas para realizar el estudio.
- b) **La lectura sistemática**, para obtener la información directa del texto seleccionado; en este caso se trató de un tipo de lectura analítica sobre el objeto de investigación; es decir, a través de la lectura se fue profundizando y entendiendo progresivamente la presencia de los mecanismos de decodificación semiótica que se utilizan para interpretar los signos. Su proceso fue de lo simple a lo complejo.
- c) **La observación virtual haciendo uso del internet**, como medio de ayuda para identificar la presencia de los signos en situaciones y espacios distintos, de manera reiterada virtualmente, lo cual permitió tener mayores fundamentos para explicar la hipótesis.
- d) **La observación “in situ”**, para presenciar, de manera directa, el uso de los signos no lingüísticos que se encuentran en el medio social y verificar los mensajes que transmiten. Esto permitió comparar la teoría con la realidad. Ayudó a definir y establecer los mecanismos semióticos que se utilizan para interpretar dichos signos.

2.3 Comunicación e interpretación de los signos no lingüísticos

Comunicación mediante señales. En nuestra sociedad utilizamos un conjunto de señales para emitir mensajes. Surgen como elementos para establecer comunicación en todos los ámbitos de la vida social, y forman parte, como signos, de todo el complejo sistema de formas y medios de difusión. Desde la antigüedad las señales fueron instrumentos a través de las cuales los grupos de individuos se comunicaban; así tenemos que las señales de humo que producían las tribus indias servían para enviar mensajes, como por ejemplo comunicar un ataque o inminente peligro, el inicio de una batalla, una victoria o derrota, así como dar a conocer el fallecimiento o nacimiento de algún destacado miembro de la tribu; esto según las formas del humo que ellos mismos producían. (Figura 1 y 2)



Figura 1



Figura 2

En nuestra sociedad actual también nos comunicamos mediante señales, por ejemplo, cuando vamos por la carretera y observamos letreros con imágenes como las siguientes: (Figura 3) o cuando observamos las luces del semáforo que señalan continuar o detenerse. (Figura 4)

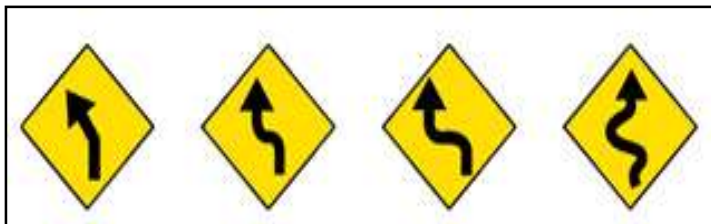


Figura 3



Figura 4

Son comunes en nuestro medio también, como señales comunicativas, los movimientos con las manos para indicar silencio (Figura 5), expresar un saludo (Figura 6) o los que un policía realiza para comunicarse con los conductores de las unidades móviles (Figura 7).



Figura 5. Silencio



Figura 6. Saludo



Figura 7. Orden

En lugares públicos encontramos señales como prevención o para considerarlas en casos de emergencia, como escapar hacia la izquierda o derecha; o también utilizar las escaleras. (Figura 8, 9, 10)



Figura 8. Escape izquierda.



Figura 9. Escape derecha.



Figura 10. Indicación.

La señal complementa, afirma, enfatiza, sugiere, induce, significa y afecta todas las formas de comunicación creadas por el hombre; así mismo apoya a los signos orales y escritos, con significados que enriquecen y hacen posibles el entendimiento de los mensajes emitidos por el hombre.

Comunicación mediante símbolos. Los grupos sociales suelen tener símbolos que los representan y con los cuales se comunican o expresan un significado o mensaje en los diferentes ámbitos tales como culturales, artísticos, religiosos, políticos, comerciales, deportivos, etc. (Figura 11, 12, 13 y 14)



Figura 11

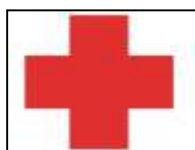


Figura 12



Figura 13



Figura 14

A través de estos símbolos las personas o los grupos sociales se comunican, por el significado que tiene cada uno, establecido de manera convencional; es decir, no explicitan siempre su significado, sino que en la mayoría de casos está oculto o implícito y las personas lo reconocen a partir de la comprensión previa del símbolo, por la forma o el contexto.

La imagen de un personaje que simboliza el heroísmo o el patriotismo transmite un mensaje (Figura 15). De igual manera, los llamados símbolos patrios o nacionales comunican o evocan sentimientos y valores de una nación; tal es el caso por ejemplo al Himno nacional, la bandera, el escudo, entre otros. (Figura 16)



Figura 15. Simboliza el heroísmo.



Figura 16. Simboliza el sentimiento patriótico.



Figura 17. Símbolo de luto.



Figura 18. Muerte de familiar.

Igualmente, es muy usual en nuestro medio el uso de la balanza como símbolo de la justicia y del derecho, dado que representa la medición a través de la cual se puede dar a cada uno lo que es justo y necesario. (Figura 19); así mismo observamos a la imagen de la paloma como símbolo de la paz (Figura 20)



Figura 19. Simboliza la justicia.



Figura 20. Simboliza la paz.

En el medio donde vivimos se entiende al símbolo como la representación perceptible de una idea con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada; en ese sentido es utilizado para expresar un significado o mensaje y así comunicar “algo” entre los miembros de la misma sociedad.

Comunicación mediante íconos. Es una forma que en la sociedad actual lo observamos con mayor frecuencia. La comunicación icónica reemplaza a las formas orales o escritas y en el medio es muy utilizada. Por ejemplo, en lugar de expresar un “*me parece bien*” se intercambia un icono (Figura 21). Asimismo, cuando algo que hemos planificado no tiene el éxito propuesto rápidamente y de manera práctica intercambiamos la imagen (Figura 22) o cuando se quiere decir un “*te quiero*” se sustituye por corazones palpitantes o iconos que representan el amor. (Figura 23)



Figura 21



Figura 22



Figura 23

Esto quiere decir que en nuestro medio social nos comunicamos a través de íconos o sustituimos las palabras por imágenes para transmitir e interpretar mensajes; entendiendo que la cultura de las personas es más visual y global pretendemos comunicarnos de esta manera aquí y en todas partes. Estamos trasladando la oralidad o lo escritural a las imágenes o íconos para establecer procesos comunicativos breves, visuales y rápidos.

En algunos lugares públicos encontramos iconos que dan a conocer mensajes por la forma del objeto representado y cuyo significado se entiende dentro del contexto en que se encuentran. (Figuras 24 y 25)



Figura 24. Prohibido ruidos públicos



Figura 25. Prevención contra incendios.

La fotografía de una persona comunica o expresa belleza, sentimientos o deseos (Figura 26). Un diagrama nos brinda información acerca de algo (Figura 27). Nos comunicamos a través de estos signos icónicos porque mantienen una relación de semejanza con lo que se desea expresar o referir.



Figura 26.



Figura 27.

Un retrato es un ejemplo de icono, (Figuras 28 y 29); en este caso, dentro de un espacio religioso, comunica un sentimiento de espiritualidad, respeto o misericordia, como valor para los grupos de creyentes en la fe cristiana; así mismo se manifiestan aspectos estéticos como el equilibrio de las líneas, los trazos o la combinación de colores, cuyo mensaje es la belleza artística.



Figura 28.



Figura 29.

En ciertos lugares públicos también es común encontrar dibujos o imágenes que llaman la atención del receptor; por ejemplo, encontramos el ícono de un teléfono fijo o un auricular de teléfono que comunica el lugar donde se puede realizar llamadas telefónicas; en estos casos es entendible el mensaje dado que como íconos poseen una intención comunicativa, por la relación directa con el objeto al que representan (Figuras 30 y 31)



Figura 30.



Figura 31.

La señal, el símbolo y el ícono son signos que están ligados y relacionados entre sí, no se contraponen, se complementan y juntos constituyen formas y medios de expresión natural y artificial que el hombre utiliza para comunicarse con sus semejantes en la cercanía, en la distancia, en el tiempo y en su historia.

2.4 Mecanismos de decodificación semiótica para interpretar los signos no lingüísticos

El signo en relación con el significado

En todo proceso comunicativo, el signo es el instrumento fundamental y la interpretación de lo que se encuentra codificado como mensaje está en relación con el significado que se puede obtener del signo. Martinet (1976) dice que *“el signo no sólo representa o hace perceptible un objeto o cosa, sino que además significa y comunica algo”*. Lo que se interpreta por el significado del signo no lingüístico hace posible la comunicación, en tanto representa a un objeto y es perceptible a través de los sentidos del hombre. Con respecto al significado del signo, Reznikov (1970) dice que *“el significado del signo es la información sobre el objeto designado que el signo comporta: Del significado puede decirse que constituye una información o contenido acerca del objeto designado, encarnada, fijada y expresada en el signo”*. El rol fundamental del significado en el proceso comunicativo está dado por su actuación como intermediario del mensaje; al respecto Schaff (1966) explica que *“entendemos por significado lo que le permite al signo desempeñar la función de intermediario en el proceso de la comunicación humana, esto es, en el proceso de transmitir ideas de una persona a otra”*. El significado le permite actuar al signo como intermediario al momento de transmitir mensajes y establecer comunicación de un punto A hacia un punto B.

Como uno de los mecanismos propuestos para interpretar el mensaje, en un proceso de comunicación no lingüística, Schaff (1966), nos dice que *“el proceso de la comunicación humana, aunque complicado en su curso y funciones, es un hecho evidente por sí mismo, ya que los hombres se comunican en la acción, es decir, en la cooperación, transmitiendo significados definidos mediante signos”*. Como proceso, la comunicación se establece en tanto existe participación activa de las personas, que se ponen en contacto a través de los signos que presentan significados y son necesarios interpretarlos para entender los mensajes emitidos, en cada acto comunicativo. Galdós (1989), al respecto dice que *“la comunicación es válida cuando existe un sistema de significaciones, de tal manera que es imposible establecer una comunicación sémica si no se tiene en cuenta el significado del signo para su interpretación del mensaje que se quiere transmitir”*; es decir, necesariamente se debe establecer un mecanismo de relación del signo con el significado para interpretar los mensajes codificados en un proceso de comunicación no lingüística.

El signo en relación con el objeto

Los mensajes emitidos por los signos, en un proceso de comunicación no lingüística, no pueden entenderse si éstos no tienen una identificación de congruencia con el objeto al que representan y el que les da “vida” para su existencia material y sobre el cual se fija la información (significado) y se expresa a partir de él, con carácter receptivo sensorial en el ser humano. En relación a esto, Galdós (1989) dice que *“el proceso de comunicación se establece cuando a la percepción del destinatario se presenta el signo como una cosa que representa a otra cosa y estimula la aparición de significaciones que permitan explicar e interpretar lo percibido”*. Se entiende que el signo, como representación de un objeto, estimula los procesos mentales que generan su significado, como explicación e interpretación de una realidad. El objeto material que representa el signo debe tener una representación en forma de imagen sensible en el cerebro del ser humano para su compatibilidad como reflejo de la realidad que representa y establecer comunicabilidad. La comunicación se logra cuando el mensaje que se emite a través del signo se decodifica teniendo en cuenta el objeto al cual representa, para su interpretación, por parte del receptor.

La relación del signo con el objeto al cual representa hace posible la identificación e interpretación de una realidad; esto significa que para establecer comunicación se debe hacer uso de ciertos niveles de abstracción y de esta manera entender el significado o valor significativo y el mensaje que se transmite.

Basamos nuestra propuesta en lo que dice Reznikov (1970), al evidenciar la relación del signo con el objeto al que representa, para entender los mensajes. Este autor afirma que *“el signo es un objeto (fenómeno o acción) material, percibido sensorialmente, que interviene en los procesos cognoscitivo y comunicativo representando o sustituyendo a otro objeto (u objetos) y que se utiliza para percibir, conservar, transformar y retransmitir una información relativa al objeto representado o sustituido”*.

El signo es un objeto que representa a otro objeto accesible a la percepción sensorial, con la intención de transmitir un mensaje o conocimiento.

Para interpretar los mensajes es necesario recurrir a este mecanismo de relacionar al signo con el objeto al que representa, comprender su significado y comunicarnos. El mismo Reznikov (1970) señala que *“el signo funciona como vehículo de un significado, como soporte de una información con respecto a un objeto determinado”*. El signo es un objeto material y tiene una relación directa con otro objeto (fenómeno o acción) al que representa o sustituye. Su función es transmitir significados que son percibidos sensorialmente por el hombre. Además, se utiliza para percibir, conservar, transformar y retransmitir una información en relación al objeto representado o sustituido. La relación entre los signos no lingüísticos y el objeto designado o representado es directa y se puede observar y demostrar en la realidad. Resulta indudable su carácter de vehículo de información, ya que tiene un significado; además representa a un objeto material o inmaterial; es decir, asume su caracterización más amplia e ilimitada en su rol representativo de los objetos, lo cual hace más factible interpretar los mensajes emitidos en los distintos procesos de comunicación no lingüística.

El signo en relación con el contexto

El contexto en el que se utiliza el signo es importante para determinar el significado e interpretar los mensajes. López (1999) señala que *“el significado parte del uso de los signos; en esta perspectiva el significado está determinado por el contexto, es decir, por el marco de referencia que acompaña a cualquier signo, precisando e individualizando su significado”*. Existe un contexto situacional determinado por la situación espacio – temporal que incluye, también, al emisor y/o receptor y a los diversos objetos, circunstancias y acontecimientos externos. El sonido de un timbre, por ejemplo, como significado referencial es un llamado de atención; pero ese signo será interpretado de distintas maneras según sea percibido en una oficina, casa, colegio o espacio recreativo, etc. Respectivamente indicará que alguien llama por teléfono o a la puerta; avisa que la hora de clase ha terminado o que se presenta una emergencia, etc. El contexto cultural determina también la interpretación del significado. Pone en juego un acervo de conocimientos e información que cada individuo va adquiriendo a partir de sus propias experiencias y la interacción social con los otros miembros de su comunidad. También existe un contexto físico y es éste el que determina el significado de los signos no lingüísticos para interpretar el mensaje. El mismo López (1999) explica la relación directa que existe entre el signo y el contexto para interpretar su significado y entender los mensajes que se emiten; por eso anota que *“estos mensajes son breves en virtud de que su significación se apoya en la realidad física, la cual aporta un significado específico al mensaje”*. El contexto físico corresponde al medio, espacio, lugar, circunstancia, etc. en el que se utiliza el signo no lingüístico con una intención comunicativa. El significado de un signo no lingüístico está condicionado por el lugar y las circunstancias donde se presentan y de esta manera comunican algo. Por ejemplo, los íconos de un zapato de una dama y una pipa, colocados en dos puertas distintas de lugares públicos, como restaurante, indican que allí se encuentran los servicios higiénicos para mujeres y hombres respectivamente; los mismos íconos colocados en una tienda donde venden ropa, en lugares diferentes, el mensaje que interpretamos, será que allí están los probadores de ropa para damas y caballeros. El contexto en el que son utilizados estos signos no lingüísticos permite interpretar su significado y entender el mensaje.

3. CONCLUSIONES

El signo no lingüístico es un instrumento de comunicación cuya comprensión de los mensajes está caracterizada por establecer procesos racionales de decodificación semiótica. Su alcance abarca todo el desarrollo de la vida social del ser humano, en tanto los utiliza, crea o recrea para interactuar e interrelacionarse con sus semejantes y lograr avances significativos sociales.

La comunicación no lingüística es un proceso que se establece por la presencia del signo no lingüístico. Su interpretación permite entender o comprender los mensajes que se emiten y para ello es necesario recurrir a ciertos mecanismos de decodificación semiótica que tienen relación con el significado, el objeto al cual representa y el contexto/situación determinado. Las señales, los símbolos y los iconos, como signos no lingüísticos utilizados en la investigación, cumplen con estas relaciones; además, son recurrentes y se relacionan entre sí. Esto implica que los signos no actúan de manera aislada uno del otro; al contrario, se necesitan para que la comunicación sea efectiva y cumpla su propósito.

La relación del signo no lingüístico con su significado, en el acto comunicativo, se determina por la forma y contenido del mensaje y por las intenciones e interpretaciones que del mismo hacen el emisor y receptor y lograr que la interrelación entre ellos sea efectiva. De igual manera, el signo se contextualiza porque el medio, lugar o circunstancia en el que se utiliza así lo exige para su interpretación y es en este espacio donde adquiere valor e importancia social y cultural.

Los hechos, los fenómenos, las cosas y gran parte de lo que existe en nuestro entorno son representados por signos no lingüísticos como objetos; por lo tanto, queda establecida una relación directa entre éstos y aquéllos para su interpretación; aunque su existencia real sea material o inmaterial la comprensión y entendimiento de los mensajes se ve refleja en el desarrollo de la vida racional del sujeto o del grupo social.

El estudio nos ha llevado a determinar que en nuestro medio social muchos de estos signos son no lingüísticos y al igual que los lingüísticos cumplen funciones importantes en la comunicación; en este caso, observamos su existencia en todos los espacios de la vida del ser humano, con fines comunicativos y de apoyo en el proceso de socialización actual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Fages, J.; Pagano Ch. 1978. Diccionario de los medios de comunicación: técnica, semiología, lingüística. Segunda edición. Editorial Fernando Torres. Valencia, España. 286 pp.
- Fonseca, M. 2005. Comunicación oral. Segunda edición. Editorial Pearson. México. 265 pp.
- Galdós, I. 1989. Introducción a la Semiótica. s.l.i., s.p.i. 93 pp.
- López, C. 1999. Introducción a la Comunicación, Bases para el estudio de los signos. Editorial Fondo de Desarrollo Editorial. Lima, Perú. 84 pp.
- Martinet, J. 1976. Claves para la semiología. Editorial Gredos. Madrid, España. 233 pp.
- Mc Entee de Madero, E. 1999. Comunicación Oral para el liderazgo en el mundo moderno. Editorial Mc Graw – Hill, S.A. México. 751pp.
- Oviedo, C. 2002. Las esferas de la comunicación. Editorial Jaime Campodónico. Lima, Perú. 189 pp.
- Peirce, Ch. 1974. La ciencia de la semiótica. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires. 116 pp.
- Reznikov. 1970. Semiótica y Teoría del Conocimiento. Editorial Alberto Corazón Editor. Madrid. 333 pp.
- Schaff, A. 1966. Introducción a la semántica. Editorial Fondo de Cultura Económica. México. 402 pp.
- Schramm, W. 1972. La ciencia de la comunicación humana. Editorial Roble. México. 129 pp.
- Vetrov, A. 1973. La semiótica y sus problemas fundamentales. Ediciones Pueblos Unidos. Montevideo, Uruguay. 273 pp.